



Le 26 juin 2023

Communiqué de presse

Renforcer l'attractivité des salons français et franciliens pour les clientèles d'affaires internationales

Les professionnels de la filière du tourisme d'affaires, regroupés au sein du Copil congrès et salons¹ se sont réunis pour mener une étude² sur les attentes et comportements des clientèles étrangères des salons internationaux après la crise sanitaire. Celle-ci a révélé que les salons en présentiel étaient toujours plébiscités par 98% des clientèles étrangères, alors que les offres digitales étaient considérées comme des outils complémentaires.

Les salons en présentiel plébiscités, une offre de services digitaux à développer en complément

Suite à la période de crise qui a lourdement touché les événements professionnels en 2020 et 2021, **98 % des clientèles étrangères plébiscitent aujourd'hui les salons « en présentiel »**. La rencontre humaine et le networking sont cités comme le principal bénéfice du salon en présentiel pour les exposants et visiteurs, suivis par le fait de pouvoir montrer, voir ou toucher les produits, élément particulièrement important dans certains secteurs d'activité (alimentaire, mode et décoration, bâtiment).

Malgré leur importance, les offres digitales ou hybrides sont surtout considérées comme des outils complémentaires et/ou temporaires pour garder le lien avec ses clients. **Seules 2 % des entreprises les perçoivent comme un substitut au salon « physique »**.

Une clientèle sensible à l'accessibilité des sites en transports en commun et à la qualité de l'offre hôtelière

L'étude* menée a également révélé que l'accessibilité des sites événementiels en transports en commun était un critère primordial pour **55% des entreprises interrogées**. Les acteurs de la filière des congrès et salons rappellent donc l'importance pour Paris Ile-de-France de s'assurer de la qualité de la mobilité et de l'accessibilité aux sites de congrès et d'exposition, notamment en respectant les calendriers de réalisation du Grand Paris Express et du CDG Express.

Par ailleurs, le rapport qualité/prix de la destination, la qualité de l'offre hôtelière et sa proximité avec le site d'exposition, ainsi que les conditions de sécurité et de bien-être sont également pris en compte dans la décision de visiter un salon à Paris et en France.

[Consulter l'étude](#)

À propos de la CCI Paris Ile-de-France

Avec plus de 700 000 m² d'espaces couverts, la région parisienne est l'une des principales places d'exposition au monde. La CCI Paris Ile-de-France est un acteur majeur de cette filière stratégique,

¹ Le Copil congrès et salons est un Comité partenarial présidé et animé par la CCI Paris Île-de-France depuis 2010 et regroupant les principaux acteurs nationaux et franciliens du tourisme et des rencontres d'affaires : CCI Paris Île-de-France, Viparis, Unimev, Promosalons, Atout France, Aéroport de Paris, CEP, CRT Ile-de-France, OTCP, DGE-Ministère de l'Économie et des Finances. Il propose des études et rapports visant à fournir des données fiables et partagées afin de défendre l'attractivité de la France et de la région capitale dans les secteurs des congrès et salons

² 607 entreprises issues de 22 pays ont été interrogées entre novembre et décembre 2022.

notamment à travers ses filiales Viparis et Comexposium, deux leaders mondiaux dans la gestion d'infrastructures et l'organisation d'événements.

Relations presse

Hassan Chalada - 01 55 65 70 57 - hchalada@cci-paris-idf.fr

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

27 avenue de Friedland - 75382 Paris cedex 08 - [Espace presse](#) – [Twitter presse](#)